

УДК 304.44:371.684+371.687(476)

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ОСНОВ КУЛЬТУРЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА
В ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ БЕЛАРУСИ****С.В. ВЕНИДИКТОВ***(Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск)*

Определяются концептуальные принципы функционирования электронных СМИ Беларуси в моделировании основ культуры гражданского общества. Анализируется значение информационно-аналитического наполнения радио и телевидения в формировании общественного мнения, становлении идеологии белорусской государственности, в социально-экономическом процессе формирования среднего класса и его национальной самоидентификации, достижении высокого уровня гражданской самоорганизации и саморегуляции. Определены параметры эффективности общественного влияния радио и телевидения, способствующего формированию образцов гражданской активности. На уровне региональных СМИ рассмотрены механизмы решения общественных проблем и конфликтов, восприятие и оценка которых является нормативным показателем гражданской культуры. В современной информационно-коммуникативной системе названы дисфункциональные явления, препятствующие реализации потенциала идеологического влияния электронных СМИ Беларуси, а также агрегированию и артикуляции интересов социальных групп в становлении гражданских основ общества.

Современные средства массовой информации представляют собой важнейший социальный институт и влиятельный субъект политики, способный формировать общественное мнение и организовывать гражданское поведение населения. Радио и телевидение, обладая наибольшей в сравнении с печатными СМИ оперативностью и многоплановостью воздействия на аудиторию, выступают одним из наиболее существенных факторов в процессе формирования в белорусском государстве гражданского общества (лат. – «civilis societas») – совокупности общественных коммуникаций, социальных связей и неправительственных институтов, которые имеют тенденцию к самоорганизации и саморефлексивности, находятся во взаимодействии с государственными институтами и выступают центрами социальной власти. Зрелое гражданское общество характеризуется развитыми экономическими, политическими, правовыми и культурными отношениями между людьми и представляет собой негосударственное пространство, включающее в себя публичные сферы – производственные единицы, семьи, добровольные объединения и общественные службы, имеющие правовой фундамент [4, с. 48].

В рамках гражданского общества формируется особый тип *политической культуры* (данное понятие отражает характер политических знаний, взглядов, убеждений индивида, умение применять их в процессе общественно-политической деятельности) – *гражданская культура* и ее составляющие – гражданское сознание и гражданские установки. В число характеристик последних входят: отношение к политической власти и государству, приверженность закону и праву, социокультурное восприятие общества и национально-культурная идентификация на уровне национально-личностном и этносоциальном. В качестве гражданских установок рассматриваются также мотивация гражданского участия и поведения: состояние гражданской ассоциированности, вовлеченность в жизнь местных сообществ через региональные СМИ.

В отечественной науке проблемы общественного влияния СМИ длительное время рассматривались исключительно в рамках идеологической парадигмы. В настоящее время глубокий содержательный анализ деятельности СМИ представлен в трудах Э.М. Андреева, Н.Н. Богомолова, Т.М. Дридзе, И.М. Дзялошинского, Г.В. Булацкого, Л.Н. Федотова, Г.С. Мельника и др. Изучению проблем независимых средств массовой информации в развивающемся гражданском обществе посвящены работы Ю.П. Буданцева, Н.Т. Фрольцовой, Б.В. Стрельцова, А.М. Воробьева, Р.Л. Исхакова, Л.А. Седова и др.

Однако комплексный анализ представленной литературы не позволяет достаточно полно определить характер участия радио и телевидения в современных общественных преобразованиях. Специальных исследований, посвященных роли электронных СМИ Беларуси в моделировании основ гражданской культуры в рамках освоения сформированных в научном дискурсе концепций гражданского общества применительно к белорусским реалиям, не проводилось, поэтому необходимость разработки данной темы является очевидной. Методологической базой исследования являются системный и структурно-функциональный анализ, а также социально-информациологический подход. Характер рассматриваемой проблемы обуславливает и необходимость междисциплинарного методологического синтеза.

Основная часть. Существенной характеристикой объекта исследования – гражданской культуры белорусов – остается незначительный интерес населения к событиям, происходящим не только в мире, но и в стране. В такой ситуации СМИ превращаются в достаточно весомый фактор современной политики. Специфика влияния электронных СМИ на развитие гражданской культуры проявляется в *однонаправленности* процесса воздействия от коммуникатора к реципиенту, *публичности* (ничем и никем (в идеале) не ограниченном круге потребителей информации), *массовости* (возможности воздействия на широкую аудиторию, включающую различные социальные группы). Одним из неперенных условий развития гражданской культуры в рамках правового государства является существование в частном пространстве каждого гражданина зоны самостоятельного осмысления политических реалий, что напрямую зависит от разнообразия предоставляемой СМИ информации, позволяющего сопоставить различные способы видения событий, точки зрения и оценки, составить собственное мнение о происходящем.

Доступность социально значимой информации, предоставляемой в понятных массовому сознанию формах, а также духовных и культурных ценностей, составляющих основу национального наследия – единственно точный критерий оценки деятельности радио и телевидения. Особое значение в эфире приобретают информационные и аналитические программы, направленные на освещение текущих политических, экономических, культурных и иных событий, проведение анализа политико-экономических процессов, раскрытие основных позиций, оценок, мнений (радиопрограммы «Радыефакт», «Постфактум» («Первый канал» Белорусского радио), «Беларусь сегодня» (радиостанция «Беларусь»), «Новости» (радио «Рокс»). Основу эфирной сетки общенациональных телеканалов Беларуси составляет информационное вещание, осуществляемое в трех основных направлениях:

- 1) оперативные новости («Новости» («Первый канал»), «Наши новости» («ОНТ»), «24 часа» («СТВ»);
- 2) итоговое информирование («Панорама» («Первый канал»), «Столичные подробности» «СТВ»);
- 3) информационно-аналитические программы («Панорама недели» («Первый канал»), «Контур» («ОНТ»), «Неделя» («СТВ»).

Значение информационной составляющей в телерадиоэфире возрастает в современных условиях экономической нестабильности. Путем объективного информирования о социально-экономических процессах и политике государства электронные СМИ обретают значительный потенциал противодействия распространяемой в обществе негативной информации, имеющей форму слухов, а также формирования адекватного существующим рискам поведения граждан как субъектов экономической сферы. Однако в деятельности белорусского радио и телевидения данная функция проявляется не в полной мере. Так, после одномоментной девальвации национальной валюты в начале 2009 года радио и телевидение не смогли достаточно оперативно и непротиворечиво объяснить аудитории суть экономических изменений. В результате на довольно продолжительное время информационное доминирование перешло к сетевым ресурсам, которые стали источником необоснованных слухов. Нередко наблюдается и неадекватное отображение журналистами событий, которое либо формирует неправильные представления о процессах в обществе, либо вызывает недоверие к информации в СМИ. Если государственное белорусское радиовещание функцию социально-политического информирования выполняет достаточно эффективно, то специфика вещания коммерческих FM-радиостанций не позволяет отвечать этим задачам. Сводки новостей, как правило, очень коротки, сжаты, что препятствует аудитории проследить логический ход событий, получить полную, обширную информацию о том или ином явлении.

Превалирование информации негативного характера в телеэфире приводит к тому, что «часть телеаудитории переживает психологический шок, другая привыкает к физиологическим подробностям, смакованию насилия, к ярким, громким сенсациям и уже ожидает/требует «сильных» впечатлений, остальная часть – просто не доверяет СМИ» [7, с. 136]. Исследователи аудиовизуальных СМИ указывают и на ряд других недостатков, в первую очередь в политическом информировании. Свойственные телевидению фрагментация, ритуализация (показ легкодоступных для телекамеры официальных процедур) и персонализация (акцентирование внимания не на смысле событий, а на их носителях – видных политиках, кинозвездах и т.д.) информации часто уводят его на путь показа внешней, поверхностной стороны событий. Дробление информации, придавая видимость ее разносторонности и оперативности подачи, не позволяет зрителям сформировать целостную картину политических явлений. Как следствие, телевидение не в полной мере обеспечивает зрелость общественного мнения, агрегирование и артикуляцию интересов социальных групп в становлении гражданских основ общества. В Западной Европе, где сильны традиции гражданского участия, подобные тенденции наталкиваются на мощнейшее сопротивление. Например, в Дании существует закон, по которому общественные ассоциации получают доступ к телевидению, право использовать эфир для своих дискуссий, превращая его в сферу, где гражданская жизнь продолжается.

Не находит адекватного проявления в деятельности белорусского радио и телевидения и потенциал *идеологического влияния*, которое выражается не только в содержании сообщений, но и в системати-

ческом исключении определенного массива информации из сферы публичного обсуждения. Исследователи утверждают, что «в СМИ не сформировалась устойчивая парадигма разработки и внедрения в общественное сознание созидательной идеологии развития национального государства, <...> в национальных СМИ процессуально не анализируется научно-обоснованная идеология белорусской государственности как действенная система идей организации общества и управления государством. Ученые-разработчики идеологии социально-экономического развития искусственно отдалены от массовой коммуникации, в которой изредка появляются сообщения о работе «идеологической вертикали», в основном организующей политическое информирование населения, что недостаточно для выработки консолидированного общественного мнения» [6, с. 370 – 371]. Отсутствие постоянного политического фона в коммуникационном процессе называют одним из основных препятствий на пути формирования носителей новой идеологии белорусской государственности.

Решая задачу формирования отношения граждан к политической власти и государству как основополагающего компонента гражданской культуры, электронные СМИ сталкиваются и с объективными трудностями: основные интересы граждан сконцентрированы вне сферы политики. «Народ всегда находился в неведении относительно своих общественных обязанностей, поскольку он никогда не задумывался ни над чем, кроме своих частных интересов» [2, с. 708]; для части избирателей характерна политическая апатия, неверие в свои политические институты, незнание или непонимание назначения института парламентаризма.

Социологические исследования, проведенные в Беларуси, показывают, что государственная машина остается для большинства сторонним механизмом. Мы наблюдаем отчуждение общества и его граждан от институтов государства, связанное на эмоциональном уровне с непониманием происходящего в сфере политики, в значительной степени вызванное недостаточным участием СМИ в этом процессе. Политическая аналитика в телеэфире представлена, пожалуй, одной тематической программой – «Большая политика» («ОНТ») – еженедельным информационно-аналитическим обзором главных событий в стране и за рубежом (вопросы политики рассматриваются также в итоговых выпусках информационных телепрограмм). Однако внимание уделяется преимущественно фактам мировой политики, а также деятельности Беларуси на международной арене. Вопросам политического устройства республики отводится второстепенная роль, в освещении внутривнутриполитической жизни отсутствует система.

Между тем информированность населения о важнейших событиях социально-политической жизни государства, в частности парламентских выборах, является одним из условий отражения политической воли граждан. Поэтому накануне предвыборной кампании и самих выборов средства массовой информации приобретают особое значение – как инструмент информирования о целях, принципах и особенностях законодательной власти, социально-политическом статусе, правах и обязанностях депутатов. Последние парламентские выборы в республике, практически проигнорированные СМИ, показали недостаточное понимание руководством телевидения и радио данной закономерности.

Таким образом, как политическая и социальная пассивность, так и массовая активность населения непосредственно связаны с позицией СМИ. При этом необходимо учитывать, что *социальная значимость поведения* является важнейшей чертой гражданина как субъекта гражданского общества; «участие в общественной жизни способно принести отдельно взятому человеку максимальное удовлетворение и веру в себя и одновременно послужить подтверждением того принципа, что в общественной жизни не бывает «дилетантов», так как в ней не бывает профессионалов» [4, с. 231]. Особенно ценен для общества высший уровень гражданской активности, выражающийся в способности людей брать на себя самые сложные дела, самостоятельно вскрывать назревшие проблемы и задачи, находить пути их решения.

Эффективность общественного влияния радио и телевидения на пути к достижению высокого уровня гражданской самоорганизации и саморегуляции определяется следующими параметрами:

- 1) консолидация общественного мнения вокруг социально значимых проблем (существенно, что СМИ во многом данные проблемы определяют, конкретизируют, нередко – вскрывают);
- 2) поиск вариантов решения проблемы, происходящий с привлечением ответственных лиц и специалистов (так называемый «экспертный» этап – важная составляющая публицистических программ);
- 3) вовлечение массовой аудитории в обсуждение (исходя из собственных оценок и суждений экспертов) посредством активизации механизмов обратной связи – работы с корреспонденцией, анализа звонков и непосредственных обращений зрителей и слушателей;
- 4) трансляция образцов/вариантов гражданского поведения, способствующих разрешению проблемной ситуации;
- 5) диагностика динамики гражданской активности (показателем здесь может служить уже то, насколько часто структуры формирующегося гражданского общества становятся информационной доминантой в теле- и радиоэфире, инициируя освещение социально значимых вопросов).

Подобная системная деятельность телевидения и радио способствует формированию и закреплению в общественном сознании новых образцов гражданской активности. Наиболее адекватно определить степень вовлеченности в гражданскую жизнь позволяет анализ деятельности *региональных СМИ*, которые в достаточной степени соответствуют социально значимой в XXI веке *диалогической* модели коммуникации. Активно ведущийся социальный диалог в регионах должен стать механизмом решения проблем, которые неоднозначно трактуются различными общественно-политическими силами и выражающими их интересы СМИ.

У региональных СМИ есть бесспорное преимущество – близость к насущным нуждам и потребностям аудитории, конкретность и осведомленность в местных проблемах. Сформировавшийся на многих студиях радио и телевидения механизм обратной связи предусматривает привлечение ответственных лиц в качестве источника официальной информации, содействуя тем самым донесению настроений и решений в локальных общественных структурах до адресата во властных институтах.

Обращение к местному телевидению зачастую становится механизмом решения, наряду с частными, общественных проблем и конфликтов, восприятие и оценка которых является важным нормативным показателем гражданской культуры. Данные исследований показывают, что 42 % населения согласны с тем, что освещение проблемы в региональных СМИ помогает ее решению [5, с. 21]. Примером может служить ситуация, сложившаяся в конце 2008 года вокруг сооружения на месте мини-рынка спортивного комплекса в одном из микрорайонов Могилева. Неоднозначная и преимущественно негативная реакция горожан на выбор площадки для строительства, а также отрицание необходимости нового спортивного объекта во многом были обусловлены недостаточной информированностью граждан. Обращение жителей микрорайона за помощью на региональное телевидение «2 канал», вызванное желанием сохранить рынок, привело к возникновению конструктивного диалога между властью и жителями города, проходившего с привлечением широких кругов общественности, спортивных функционеров, представителей малого бизнеса и др. В течение нескольких недель в эфир программы «Городские новости» на «2 канале» выходили информационно-аналитические сюжеты, направленные на всестороннее освещение конфликта и объяснение горожанам сути нового проекта исходя из общегородских и национальных интересов. В итоге конфликт был благополучно разрешен: строительство спортивного комплекса продолжено, не вызывая более общественной критики.

Таким образом, телерадиожурналист в роли посредника налаживает диалог между участниками конфликта, анализирует противоречивую информацию, предлагая варианты урегулирования. Пассивность журналистов регионального телевидения и радио может в дальнейшем уменьшить их влияние в принятии социально значимых решений.

Электронные СМИ обладают потенциалом влияния и на *социокультурное восприятие общества*. В этой связи необходимо отметить, что ценностная сфера белорусского общества сохраняет приверженность традиционным понятиям, которые демонстрируют связь с общественным и личным статусом, уверенностью, стабильностью, собственным успехом. Знаменательно, что в рейтинге жизненных ценностей белорусов, составленном по итогам социологических исследований, третью позицию заняли гражданские права (74,8 % ответов). Это качественно новый факт в жизненных предпочтениях белорусского общества, свидетельствующий о действительном развитии гражданского сознания. Подобная динамика, очевидно, связана и с влиянием СМИ, в первую очередь публицистических программ, на аксиологические ориентиры.

Информационное и аналитическое наполнение электронных СМИ оказывает доминирующее влияние и на формирование мнения о критериях выделения *среднего класса* – ведущего социального фактора и экономического центра функционирования гражданского общества, – и на самоидентификацию его представителей (а это является основным принципом социологического определения доли среднего класса). В классическую матрицу критериев выделения среднего класса, помимо уровня развития гражданской культуры, включаются устойчивое материальное положение (отношение к мелкому и среднему бизнесу), достаточно высокая профессиональная квалификация, стабильный образ жизни и характер потребления.

Существенная характеристика представителя среднего класса – *национальная самоидентификация*, под которой мы понимаем соотнесение внутренней связи с обществом и государством, другими гражданами. Самоидентификация граждан с точки зрения эмпирического исследования отражает, во-первых, правовой уровень сознания граждан, во-вторых, несет в себе морально-оценочные суждения, характеризующие национальную принадлежность и связь с другими гражданами. Эта связь формируется под осознанием принадлежности к более широкому сообществу, близости, родства и возможности поддержки от других граждан. Способствуют национальной самоидентификации культурные и публицистические проекты, например, телевизионные программы «Сущность» («Первый канал»), «Спявай, душа. ВУ», «Лабі-

ринты» («Лад»), «Культурная жизнь» («СТВ»), радиопрограммы «Родное слово», «Литературный проект», «Переплет» («Первый канал»), «Магія слова» (радио «Беларусь») и др. Однако в современных условиях СМИ не полностью справляются с формированием национального самосознания. На этой почве происходит экспансия ценностей западного общества, которые в контексте национальной культуры становятся фактором ее дезинтеграции.

Заключение. Электронные СМИ в составе средств массовой коммуникации занимают место одного из главных социальных институтов, по своему информационному потенциалу превосходя возможности публичной, межличностной коммуникации.

Телевидение и радио способствуют формированию общественного мнения, организуют гражданское поведение, консолидируют общественность вокруг социально значимых проблем, создают благоприятный политический климат для осуществления демократических преобразований. Воздействуя на базовые ценностные ориентации граждан, создавая определенные модели политического поведения, электронные СМИ формируют политическую культуру общества в целом. Важнейший критерий их общественной ответственности определяется реальным вкладом в формирование гражданского сознания, *гражданской культуры общества*, что в настоящий момент не в полной мере проявляется в деятельности белорусского радио и телевидения. Отсутствие постоянного политического фона в коммуникационном процессе, недостаточное выполнение функций социально-политического информирования, агрегирования и артикуляции интересов социальных групп в становлении гражданских основ общества препятствует реализации потенциала электронных СМИ Беларуси в моделировании основ культуры гражданского общества. Поэтому организационно-правовая, социально-политическая и профессиональная коррекция деятельности СМИ является необходимым условием для придания информационно-коммуникативной системе функциональных качеств, целеориентированных на развитие гражданского общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьев, А.М. Средства массовой информации как фактор формирования гражданского общества: процесс, традиции, противоречия / А.М. Воробьев. – Екатеринбург: Ур. ЮИ МВД России, 1998.
2. Гегель, Г.В.Ф. Философия права. Сочинения / Г.В.Ф. Гегель. – М., Л., 1934. – Т. 7.
3. Дзялошинский, И.М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества / И.М. Дзялошинский. – М.: Пульс, 2001. – 48 с.
4. Кин, Дж. Демократия и гражданское общество / Дж. Кин. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 400 с.
5. Региональные государственные СМИ в формировании идеологии белорусской государственности: отчет о науч.-исслед. работе. – Могилев: МИРСПИ, 2007. – 76 с.
6. Слука, О.Г. Идеологические парадигмы информационного пространства / О.Г. Слука // Журналістыка-2008: стан, праблемы, перспектывы: матэрыялы 10-й Міжнар. навук.-практ. канф. – Вып. 10. – Мінск: БДУ, 2008. – С. 370 – 371.
7. Череповская, Н.И. Особенности моделирования образа мира журналистами в теленовостях / Н.И. Череповская // Журналістыка-2008: стан, праблемы, перспектывы: матэрыялы 10-й Міжнар. навук.-практ. канф. – Мінск: БДУ, 2008. – Вып. 10. – С. 134 – 136.
8. Cohen, J. Civil Society and Political Theory / J. Cohen, A. Arato. – Cambridge – London, 1992.

Поступила 19.03.2009